

数字贸易发展与影响 白皮书 (2019年)

中国信息通信研究院
2019年12月

版权声明

本白皮书版权属于中国信息通信研究院，并受法律保护。转载、摘编或利用其它方式使用本白皮书文字或者观点的，应注明“来源：中国信息通信研究院”。违反上述声明者，本院将追究其相关法律责任。

前 言

当前，信息通信技术推动国际贸易变革，人类社会正迈入以数字贸易为核心的第四次全球化浪潮，国际贸易呈现出高度数字化的特征，一是贸易方式的数字化，信息技术与国际贸易各领域深度融合渗透，电商平台成为国际贸易的重要枢纽，信息展示、贸易洽谈、支付结算、税收通关等环节向线上迁移，国际贸易的固定成本大幅降低、效率显著提升；二是贸易对象的数字化，互联网为国际间数据流通提供了高效便捷的传输渠道，数据和以数据形式存在的商品和服务可贸易程度大幅提升，成为重要的贸易商品，对各国生活、生产等诸多领域的影响不断扩大。

数字贸易发展对世界经济的影响具有两面性。正向角度，信息技术广泛应用使得贸易开展过程更便捷高效，中小企业有机会参与到全球贸易中，国际市场供给和需求潜力进一步释放，全球化分工进入更高水平阶段；数字产品和服务融入全球价值链体系，推动世界经济数字化转型，提高全球经济运行效率，更大范围内释放数字化红利。负面角度，高度联通的虚拟网络与经济影响巨大的贸易网络相互交汇，信息流加剧了全球市场竞争，互联网马太效应通过数字贸易向世界经济各个领域蔓延；数字化、自动化、人工智能等新兴技术的出现解放和替代了劳动力，全球价值链分配可能进一步向前后两端的数字化的产品和服务转移，发展中国家的劳动力优势被削弱，需要积极寻找新的参与分工方式。

中国应紧跟时代发展浪潮，稳步推动数字贸易的发展。一是推动跨境电子商务持续快速发展，建立多主体联动的电子商务生态，完善跨境电子支付体系，提升物流通关服务能力。二是拓展数字服务贸易发展空间，促进信息通信网络互联互通，共建共享数字化发展成果。三是探索构建数据要素开放市场，健全数据开放法律法规，明确数据权属，建立数据开放收益补偿机制，强化数据保护与管理。四是积极参与数字贸易国际规则制定，维护多边贸易体制，共建国际网络治理体系。五是营造数字贸易良好发展环境，优化数字贸易监管服务体系，完善国际综合服务支撑体系，加强国际交流与合作。

目 录

一、数字贸易的兴起	1
（一）数字贸易历史沿革	1
（二）数字贸易概念内涵	3
（三）数字贸易机遇与挑战	6
二、贸易方式的数字化	9
（一）信息技术深刻影响传统贸易方式	9
（二）全球跨境电子商务发展现状和趋势	10
（三）贸易方式数字化对国际贸易格局的影响	15
三、贸易对象的数字化	18
（一）服务贸易迎来带来新发展机遇	18
（二）全球数字服务贸易发展现状和趋势	19
（三）贸易对象数字化对国际贸易格局的影响	24
四、推动我国数字贸易发展建议	27
（一）推动电子商务持续快速发展	27
（二）拓展数字贸易广阔发展空间	28
（三）完善数据要素交易流通制度	29
（四）参与数字贸易国际规则制定	31
（五）营造数字贸易良好发展环境	32

图表目录

图 1-1 从传统商务到数字贸易3

图 1-2 数字贸易的突出特征4

图 1-3 信息技术、互动关系、商品流动4

图 1-4 数字贸易和传统贸易的异同6

图 1-5 人类社会 4 次全球化浪潮7

图 2-1 全球 B2C 跨境电商市场规模(10 亿美元)11

图 2-2 主要国家网络零售占比和增长率预测12

图 2-3 全球 B2B、B2C 交易规模及占比.....13

图 2-4 贸易方式数字化与市场结构调整17

图 3-1 数字服务规模与占比20

图 3-2 ICT 服务贸易出口21

图 3-3 数字经济与价值链分配26

表 3-1 主要经济体数字服务贸易发展现状21

表 3-2 世界数字服务贸易细分子类发展情况21

一、数字贸易的兴起

2019 年 11 月，中共中央、国务院《关于推进贸易高质量发展的指导意见》正式提出要加快数字贸易发展，提升贸易数字化水平，推进文化、数字服务、中医药服务等领域特色服务出口基地建设。伴随着全球贸易数字化发展，人类社会正迈入以数字贸易为突出特征的第四次全球化浪潮，对全球供应链、产业链、价值链产生了巨大影响，国家间经济分工、贸易利益分配面临巨大挑战，新的国际规则、国际治理挑战正在到来。深入研究数字贸易发展规律、发展影响、治理模式对我国中长期经济增长、国家竞争力提升有着重大意义。

（一）数字贸易历史沿革

数字贸易是商贸活动发展的一个新阶段，其概念的产生并非一蹴而就。从传统商务到电子商务，到跨境电子商务，再到现在的数字贸易，随着信息技术在商贸活动中应用的日渐深入，涌现出许多新的名词、新的概念，所描述事物的内涵特征不断演进升级。

传统商务和贸易主要是指以货币为媒介的一切交换活动或行为。其活动范围，不仅包括商业所从事的商品交换活动，还包括商品生产者或他人所组织的商品买卖活动；不仅包括国内贸易，还包括国与国之间的国际贸易。商务贸易是四个术语中范围最大的，从人们日常生活中的消费交易到企业间的跨境贸易均归属其中。

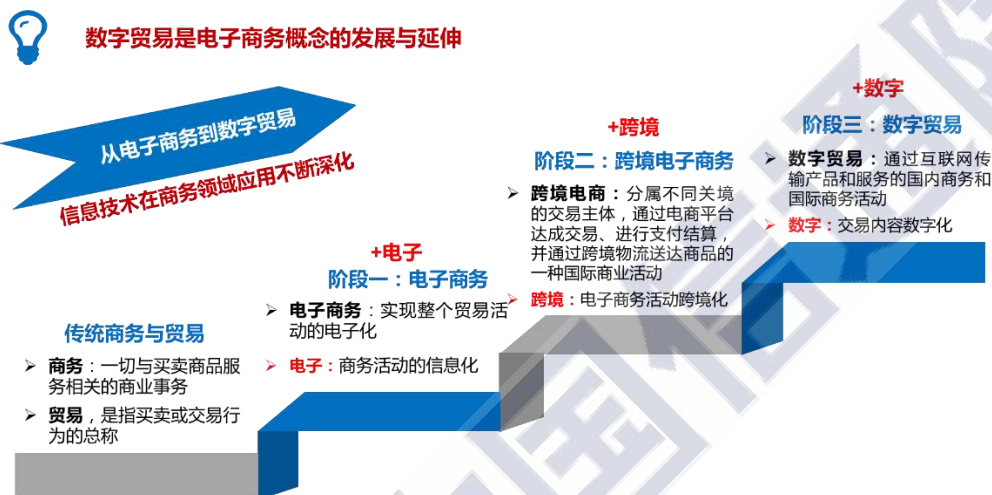
电子商务指商务活动的电子化、网络化，即借助信息技术开展商务贸易活动，如线上推广、网络零售、移动支付等。经合组织在《电

子商务的经济与社会影响》中将电子商务定义为“发生在开放网络上的包含企业之间、企业和消费者之间的商业交易”。欧洲经济委员会对电子商务的定义是，参与方之间以电子方式而不是以物理交换或直接物理接触方式完成任何形式的业务交易。美国政府在《全球电子商务纲要》中将电子商务描述为，通过互联网进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等活动。中国政府在《电子商务发展“十一五”规划》中将电子商务界定为“利用互联网、电信网络以及广播电视网等方式的生产、流通和消费等活动”。

跨境电子商务指跨越国境开展的电子商务活动，是由于电子商务活动范围扩大而衍生出的概念。中国电子商务研究中心(2015)认为，跨境电子商务是指分属于不同国家的交易主体，通过电子商务手段将传统进出口贸易中的展示、洽谈和交易环节电子化，并通过跨境物流及异地仓储送达商品，完成交易的一种国际商业活动。阿里研究院发布的《2016 中国跨境电子商务发展报告》认为广义的跨境电子商务是指分属不同关境的交易主体通过电子商务手段达成交易的跨境进出口贸易活动；狭义的跨境电子商务概念特指跨境网络零售，指分属不同关境的交易主体通过电子商务平台达成交易，进行跨境支付结算、通过跨境物流送达商品，完成交易的一种国际贸易新业态。

数字贸易是由于信息技术对贸易影响的进一步深化所产生的概念。相比以上两个概念，数字贸易更突出数字化的产品和服务贸易，但国际上对数字贸易的讨论和谈判大多仍在电子商务框架基础上展开。目前，各国对数字贸易的认识尚不统一。美国认为数字贸易是指

“不仅包括网上消费产品的销售和在线服务的供应，还包括使全球价值链成为可能的数据流、使智能制造成为可能的数字服务以及无数其他平台和应用”。澳大利亚政府认为数字贸易不只是在线上购买商品和服务，还包括信息和数据的跨境流动。经合组织认为数字贸易是指数字技术赋能于商品和服务贸易，同时涉及数字的和物理的传输。



资料来源：中国信息通信研究院

图 1-1 从传统商务到数字贸易

（二）数字贸易概念内涵

本报告认为，数字贸易是指信息通信技术发挥重要作用的贸易形式，其不仅包括基于信息通信技术开展的线上宣传、交易、结算等促成的实物商品贸易，还包括通过信息通信网络（语音和数据网络等）传输的数字服务贸易，如数据、数字产品、数字化服务等贸易。

数字贸易概念蕴含丰富内涵，需从多方面深刻认识：

第一，数字贸易的突出特征包括贸易方式的数字化和贸易对象的数字化。其中，贸易方式的数字化是指信息技术与传统贸易开展过程中各个环节深入融合渗透，如电子商务、线上广告、数字海关、智慧物流等新模式和新业态对贸易的赋能，从而带来贸易效率的提升和成

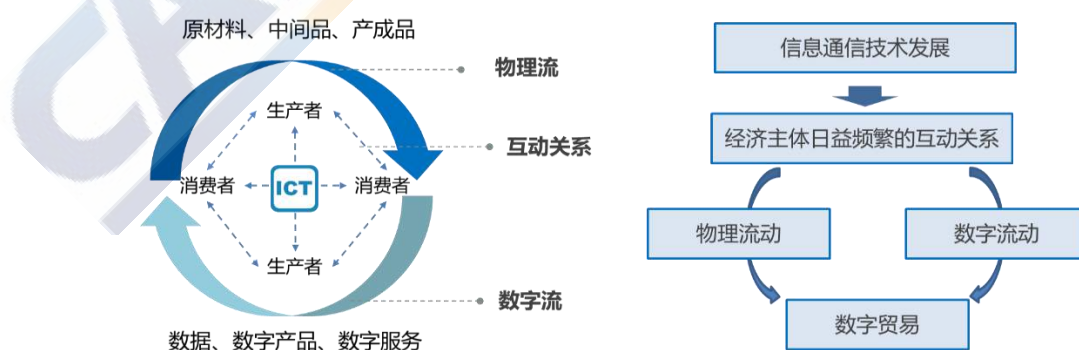
本的降低，表现为传统贸易方式的数字化升级；贸易对象的数字化是指数据和以数据形式存在的产品和服务贸易，一是研发、生产和消费等基础数据，二是图书、影音、软件等数字产品，三是通过线上提供的教育、医疗、社交媒体、云计算、人工智能等数字服务，表现为贸易内容的数字化拓展。



资料来源：中国信息通信研究院

图 1-2 数字贸易的突出特征

第二，数字贸易的产生源于数字经济的发展和全球化分工。新一代信息通信技术的发展使得不同经济主体间紧密联系，形成更高效、更频繁的分工、协同和共享关系。物理商品交易变得更加高效、有序、广泛，中小企业获得了更多参与贸易的机会；数字商品的可贸易程度大幅提升，催生出一系列新模式和新业态。



资料来源：中国信息通信研究院

图 1-3 信息技术、互动关系、商品流动

第三，数字贸易的认识根据贸易商品类别可分为三个层次。目前，

国际上对数字贸易尚未形成统一的认识，数字贸易的议题时常出现在电子商务、数字经济等会议和谈判中。例如，2019 年 76 个世贸组织成员宣布启动电子商务议题谈判，其中就包含大量涉及数字贸易的内容。此外，由于各国数字经济、数字贸易的发展水平不一，对数字贸易商品范围的接受程度也存在差异。根据接受的程度，数字贸易涉及贸易品可以分为三个层次：第一层，以货物贸易为主，认为数字贸易等同于电子商务；第二次，加入了图书、影音、软件等最常见的数字产品，开始涉及服务贸易领域；第三层，加入了“数字赋能服务”，如电信、互联网、云计算、大数据等数字经济时代的新兴产业。

第四，数字贸易可能打破现有国际贸易平衡，并对国际贸易监管模式构成新的挑战。和传统贸易相比，数字贸易的关键技术不仅包括生产制造技术、交通物流技术，还包括信息通信技术。信息通信技术的应用又导致贸易方式和贸易商品等基础贸易条件的变化。一方面，原有国际贸易的分工、分配模式面临重构，对各国产业发展、人民生活水平产生深远影响，国际贸易规则面临重构；另一方面，碎片化的小单货物贸易、日益复杂的数字服务，对传统货物贸易监管部门和新兴数字产业监管部门都构成了巨大挑战。

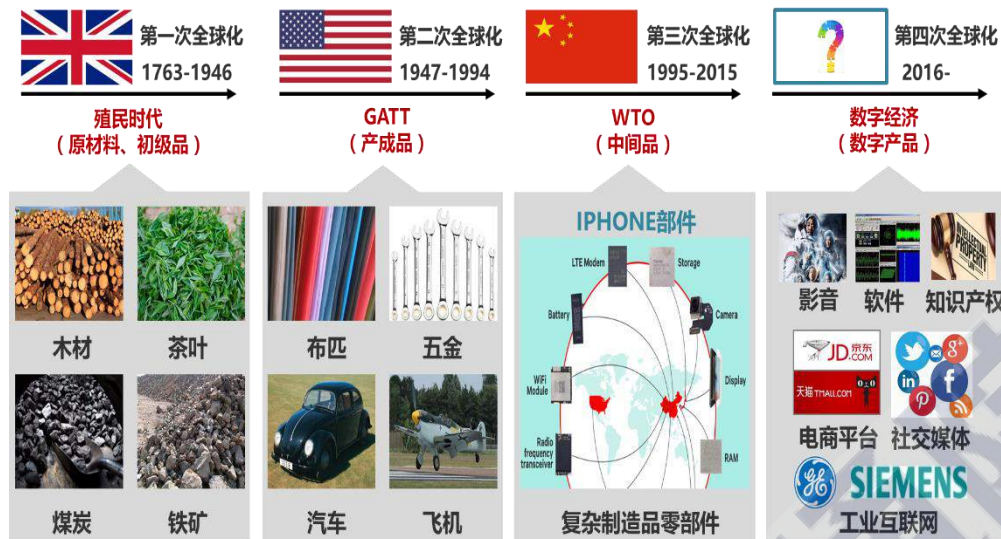


资料来源：中国信息通信研究院

图 1-4 数字贸易和传统贸易的异同

（三）数字贸易机遇与挑战

从哥伦布发现新大陆至今，人类社会先后经历了 4 次全球化浪潮：
第一次全球化，航海技术的发展使人们对世界全貌形成较完整的认识，以欧洲为代表的西方国家在亚、非、美洲进行殖民扩张，劳动力、原材料、初级产品贸易兴起。
第二次全球化，一、二次工业革命催生动力机器生产模式，美、德、英、法、日等国工业迅速崛起，各国间工业制成品贸易大幅增长。
第三次全球化，以国际组织和规则为基础的国际治理体系日益完善，全球经贸关系前所未有的紧密，韩国、日本、新加坡等原本相对落后国家通过积极参与全球价值链体系，实现本国工业化快速发展和经济腾飞，由于生产率和国际分工水平的进一步提升，中间品贸易成为国际贸易重要组成部分。
第四次全球化，信息通信技术在世界范围的发展与应用，国际贸易呈现出高度数字化的特征，贸易方式的数字化、贸易对象的数字化极大地改变了现有贸易模式，贸易分工和分配模式可能面临巨大调整，国际贸易格局可能再一次重构。



资料来源：中国信息通信研究院

图 1-5 人类社会 4 次全球化浪潮

数字贸易可能对发展中国家过往经济超越模式构成挑战。如何使发展中国家缩小甚至是追上发达国家经济发展水平一直是经济增长理论中的一个重要问题。从以往经验来看，出口导向型战略和工业化发展模式是发展中国家经济腾飞的关键。20 世纪 60 年代开始，中国香港、中国台湾、新加坡和韩国经济快速增长，一跃成为全亚洲最发达富裕的地区，被称之为“亚洲四小龙”。这些国家利用西方发达国家向发展中国家转移劳动密集型产业的机会，吸引外国大量的资金和技术，积极发展和提升本国工业化实力，出口规模迅速扩张，走向快速发展道路。数字经济和数字贸易的发展改变了全球价值创造模式。数字经济时代，越来越多生产制造技术被凝结于数字化的产品和服务之中，生产过程变得高度标准化和模块化。发达国家的研发部门可能通过数字贸易的方式向发展中国家的生产部门输出数字服务，远程操控生产制造过程，把控关键技术工艺和制造技术。发展中国家超越模式面临三方面挑战：一是技术获取挑战。由于技术高度凝结于数字化

的服务之中，发展中国家承接传统制造业转移所能接触到的技术相对减少，发展中国家技术提升的难度进一步增大。**二是人力价值挑战。**大数据、云计算、人工智能等数字技术的发展大大降低了制造过程对劳动力的需求，发展中国家劳动力价格优势被弱化。**三是价值分配模式挑战。**数字技术使得价值链收益分配向前后两端迁移，传统国际分工模式下发展中国家获得的收益减少。

数字贸易也可能为发展中国家带来新的发展机遇。数字贸易将推动全球化向更高阶段发展，降低贸易门槛、带来新的分工、创造新的发展机会，发展中国家也可能从中获益。**一是为发展中国家中小企业融入全球市场提供机会。**贸易方式数字化使得国际贸易的开展更为便利高效，降低了贸易的成本，发展中国家中小企业将有更多的机会将其商品出口到国际市场，这些国家参与全球化的程度将进一步提升。**二是为发展中国家经济社会数字化转型提供助力。**数字贸易发展有助于发展中国家引进全球范围内的优质数字服务，加快本国数字化转型进程，提升产业国际竞争力。**三是为发展中国家提供参与数字化分工机会。**随着微笑曲线变得更陡峭，价值链前后端的数字服务将产生更多的分工机会，发展中国家有望更广泛地参与数字服务的全球分工，带来新的经济增长。**四是为发展中国家换道超车提供了新的可能。**当前，5G、大数据、云计算、人工智能等关键数字技术和服务方兴未艾，对经济社会各领域的影响不断加大。发展中国家通过大力发展数字经济，加强关键技术领域研发创新，同样有可能在新的领域中取得一定优势。

二、贸易方式的数字化

贸易方式的数字化是数字贸易的第一大特点，信息技术在贸易各环节中的广泛应用催生出新的模式和业态，有效降低了国际贸易中的信息不对称问题，极大地推进了跨境电子商务的发展。

（一）信息技术深刻影响传统贸易方式

一是企业跨境贸易方式的数字化。信息技术对传统国际贸易最直接的影响就是信息传输方式的改变，外贸企业间信息传输效率和质量大幅提升。从信息获取角度看，网络搜索引擎、数字广告已经成为外贸企业获取国际市场信息的重要渠道。传统模式下，企业新进入某一个国家的市场或与新的客户开展贸易需要提前进行市场调研，以便充分了解市场行情、政策波动、客户资信等信息，降低外贸风险。信息技术的发展，使得企业能通过网络获取海外全方位的资讯，走出去的信息搜索成本大幅降低。从信息输出角度看，网络为企业提供了更廉价和高效的市场宣传方式，外贸企业纷纷投放线上广告和开设虚拟网店，打造通往国际市场的跳板。物理时空的空间到场硬约束与固定时间规制硬约束被打破，买卖双方不再需要在规定时间内、规定现实地点完成交易，国际贸易出现无限可能。截至 2019 年 6 月，阿里巴巴国际站在全球有超过 2000 万的活跃买家，有超过 200 万的支付买家，有 14 万的中国供应商。

二是跨境电商综合服务的数字化。贸易方式数字化的关键在于资金流、货物流与信息流的有机结合。货物流是跨境电商发展的前提基础。不同于国内物流，跨境物流距离远、时间长、成本高，还涉及到

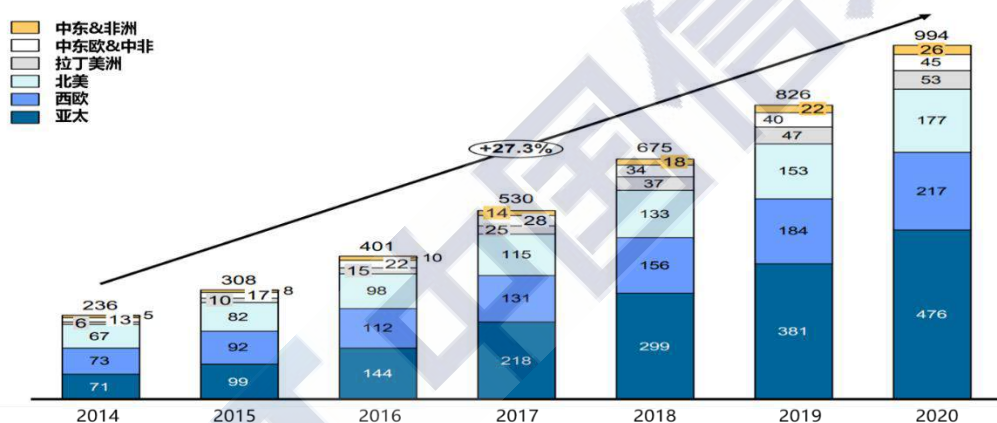
目的国清关（办理出关手续）等相关问题，这中间的种种难题令众多卖家伤透了脑筋，各种花样繁复的物流方式也让卖家云里雾里。随着跨境电商的发展，逐步形成与之对应的物流模式。目前，国际快小包仍是主要的跨境电商零售（B2C）物流方式，据不完全统计，中国出口跨境电商 70%包裹是通过邮政系统投递。邮政网络基本覆盖全球，物流渠道广泛，主要得益于万国邮政联盟和卡哈拉邮政组织(KPG)。资金流是跨境电商发展的重要支撑。跨境电子支付业务发生的外汇资金流动，必然涉及资金结售汇与收付汇。从支付业务发展情况看，我国跨境电子支付结算的方式主要有网上支付（包括电子账户支付和国际信用卡支付，适合小额的跨境零售）和银行汇款（适合大金额的跨境交易）。

三是跨境电商政务监管的数字化。为适应贸易方式的数字化，政府部门简政放权、优化外贸政府服务，为跨境电商发展提供坚实基础。截至 2018 年底，中国累计建设 335 个跨境电商综合试验区。跨境电子商务综合试验区通过构建信息共享体系、金融服务体系、智能物流体系、电商诚信体系、统计监测体系和风险防控体系，以及“线上综合服务平台”平台和“线下综合园区”平台等“六体系两平台”。其中，政府部门扮演重要角色，包括建立跨境电子商务新型监管制度，建立“线上综合服务平台”综合监管服务平台，建立跨境电子商务统计监测体系等，极大地推动了“关”“税”“汇”“检”“商”“物”“融”一体化，实现跨境电子商务自由化、便利化、规范化发展。

（二）全球跨境电子商务发展现状和趋势

1. 全球跨境电子商务发展现状

全球跨境电子商务保持高增长态势。信息通信技术推动传统货物贸易方式升级改造，跨境电商平台、智慧物流、智能监管等新模式和业态给国际贸易注入了新的活力。以跨境网络零售为例，根据阿里研究院预测，2018 年全球跨境电商 B2C 市场规模达到 6750 亿美元，预计 2020 年将达到 9940 亿美元，年平均增速接近 30%，远超传统货物贸易增长速度。



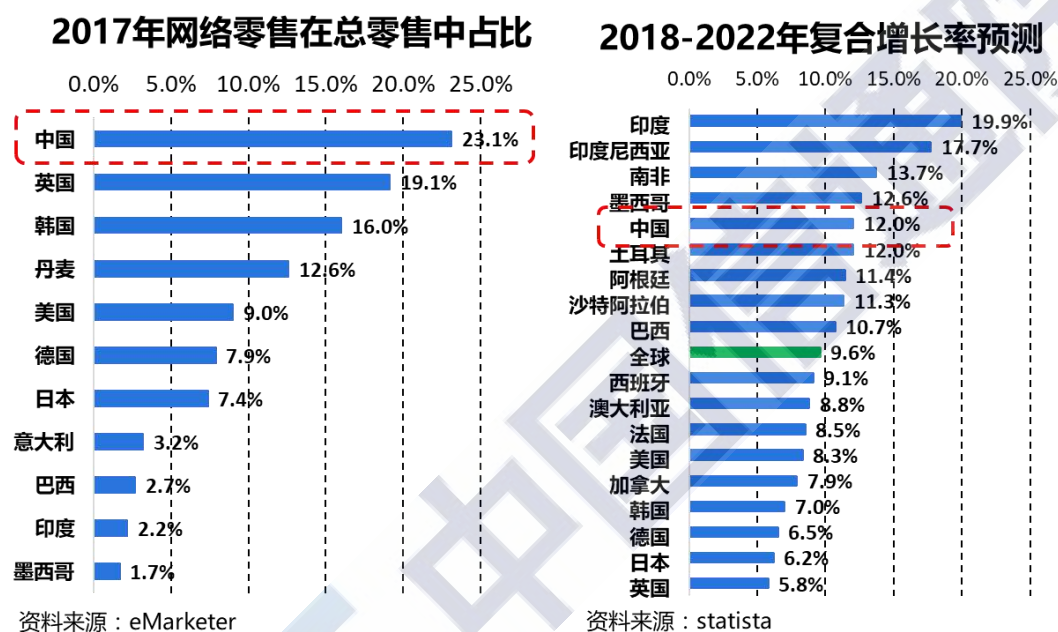
数据来源：AliResearch

图 2-1 2016-2021 年全球 B2C 跨境电商市场规模(10 亿美元)

从电子商务国别发展看，发达经济体电子商务发展较成熟，但发展中国家潜力巨大。一是发达国家电子商务发展环境更佳。联合国贸易和发展会议（UNCTAD）发布的电子商务指数是国际上反映电子商务服务体系的重要指标，根据 2018 年最新的数据显示，排在前 10 位的国家依次为荷兰、新加坡、瑞士、英国、挪威、冰岛、爱尔兰、瑞典、新西兰、丹麦，均为发达经济体，俄罗斯、巴西、中国、南非、印度、俄罗斯等金砖国家则分列 42、61、63、77、80。二是电子商务市场规模相对均衡。eMarketer 数据显示，2017 年，中国、英国、

韩国、丹麦等国家网络零售占比均已超过 10%，其中中国排在第一位。

三是发展中国家展现出极高的增长潜质。据 Statista 预测，2018-2022 年期间，印度、印度尼西亚、南非、墨西哥等发展中国家电子商务平均复合增长率约为 15%，美国、加拿大、韩国、日本等发达国家则大约为 7% 左右。



数据来源：eMarketer, Statista

图 2-2 主要国家网络零售占比和增长率预测

从电子商务交易主体看，企业与企业（B2B）之间交易额占绝大多数，企业与消费者（B2C）之间交易额影响相对有限。虽然全球范围内 B2B 电商平台仍然较少、交易频率也更低，但是企业间线上交易规模巨大，一笔 B2B 交易额可能超过亿笔 B2C 交易额。随着企业管理者越来越善于使用信息化手段进行交易，整个价值链被更紧密的联系在一起，带来电子商务交易额的高增长率。据 eMarketer 数据显示，2014-2017 年期间，全球电子商务交易额中 B2B 占比超过 7 成，从 2014 年的 76.9% 上升至 2017 年的 82.8%。

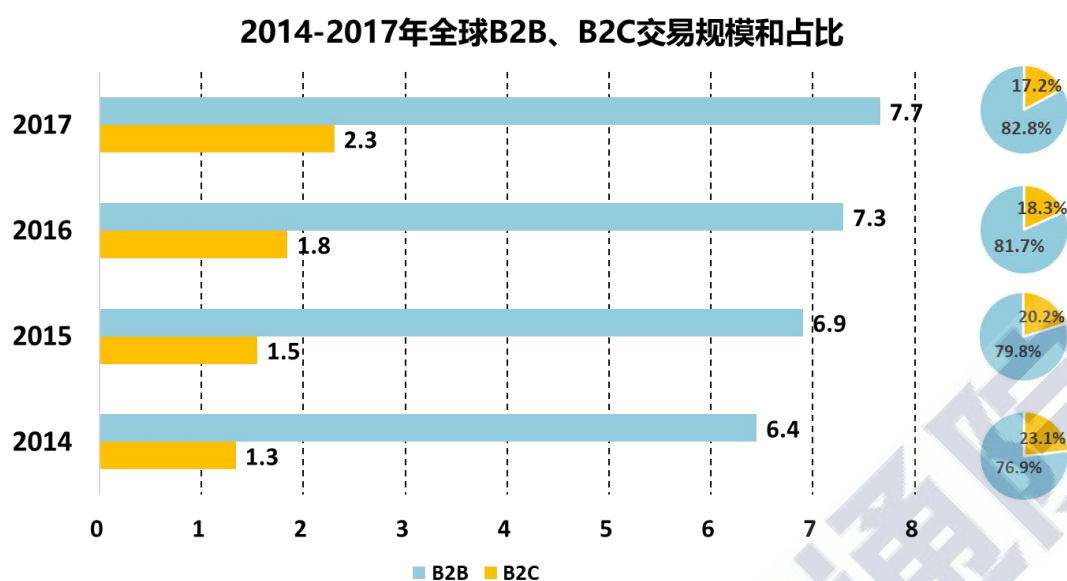


图 2-3 全球 B2B、B2C 交易规模及占比

2. 全球跨境电子商务发展趋势

从单中心辐射向多中心扩张,大型平台企业积极在海外部署分支机构。更多的海外分支机构能提升跨境电商服务品质,贸易范围从区域向全球扩张,贸易产品从少数热点商品向种类齐全的商品转变。例如,近年来,京东积极推进业务全球化,设立京东全球售海外平台。在这个国际平台上,京东海外的商家可以把产品销往全球 200 多个国家和地区。目前,京东已经在美国、欧洲、拉美、印尼、泰国、俄罗斯等国家和地区设立了分公司,除中文站(主站)外,还建立了俄语站、英语站、西语站等多个子网站。此外,京东物流国际供应链还积极布局海外仓,在五大洲设立超过 110 多个海外仓,原产地覆盖达到 100%,保障全球购物流运力,降低商品不必要的物流成本,缩短客户与全球商品的“距离”。

从平台主导到政府协同,政府部门为跨境电商营造良好的发展环境。我国外贸相关监管和服务部门加快建设适应于跨境电商的行政管

理体系。海关总署推进通关一体化改革，推进“三互”大通关建设，加强电子口岸建设，推广应用国际贸易“单一窗口”；优化跨地区、跨层级、跨部门通关协作，加强口岸信息共享平台建设，完善信息共享机制，推动建立健全口岸安全联合防控体制机制，加快推动口岸风险布控中心建设。质检总局（已并入海关）推动检验检疫大通关信息化，打造中国电子检验检疫（e-CIQ）主干系统，实现进出口货物在口岸和内地不同检验检疫机构间的“通报、通检、通放”，实现检验检疫一体化。外汇管理局推进数据整合共享，制定“两地三中心”建设方案，构建数据统一采集平台，推进数据有效整合，建立标准体系，完成数据仓库建设，推进数据资源在全局范围共享，实现与税务、海关等部委间的监管信息交换和共享。税务局开展“互联网+”税务行动，实现在线受理、申报缴税、便捷退税、自助申领线上化。

从信息展示到综合服务，平台服务范围向金融、物流等多个领域延伸。最初阶段，跨境电子商务主要是以网上展示和网下交易的形式开展。企业通过在跨境电子商务平台上展示自己的产品，扩大企业和产品的知名度与影响力，更好地与客户建立联系，促进企业销售规模的增长。整个过程中，跨境电子商务平台仅扮演着为买卖双方提供信息服务的角色，盈利主要源于平台企业缴纳的会员费。随着跨境电商发展水平不断提升，企业对跨境电子商务平台的要求也不断提升，简单的信息展示服务越来越难以满足外贸企业的需求，以往单纯的信息服务平台被一站式综合服务平台所取代。综合服务平台为企业提供海外推广、网络营销、仓储物流、海关通关、交易支持、支付结算、信

用体系建设和纠纷处理等服务，几乎涵盖国际贸易中的各个环节、各个领域。

（三）贸易方式数字化对国际贸易格局的影响

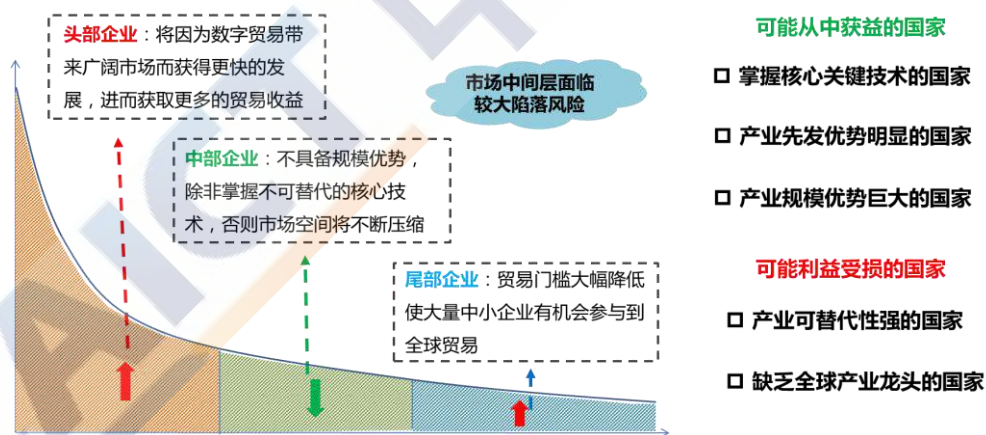
供应链数字化构筑外贸竞争新优势。传统模式下，决定一国制造业国际竞争优势的主要因素包括要素价格、劳动生产率水平、产业集群规模等。随着数字技术在供应链管理的应用，特别是全球供应链管理的应用，一种基于企业间协同的新竞争力逐步形成。一些国家和地区的企业率先开始将数字技术应用于供应链、价值链中，与上下游的协同效率大幅提升，采购成本、营销成本、物流成本大幅降低，形成新的竞争优势，有望在数字经济时代获得发展先机。信息技术对供应链的优化反映在三个方面：一是供应链管理优化。企业通过信息技术手段整合上游供应商资源，并进行深度的价值、质量评估分析，实现最优性价比的采购。二是仓储物流管理优化。企业通过信息系统对生产中的仓储、物流需求进行实时监控和管理，降低不必要的仓储占用，确保配送环节有序高效，降低时间、空间成本。三是客户需求管理优化。根据不同地区消费者偏好，提供定制化的产品和服务，把正确的东西卖给正确的客户，获取最高收益。

全球化分工呈现精准化、精细化趋势。信息通信技术使得市场更加公开、透明，信息流转更为迅捷，全球价值链中的各个国家的定位、分工、分配关系均可能出现不同程度的变化。WTO 研究报告指出，数字技术正在将供应链管理从一种线性模型（供应商—生产商—分销商—消费者）转变为一种更综合的信息向多个方向同时流动的模式。

目前，新的数字技术对全球价值链的影响仍不明确。一种可能是生产过程重塑，自动化生产、3D 打印、人工智能等技术降低了国家间分工协调的需求，价值链长度缩短，发展中国家参与全球价值链的机会降低；另一种可能是数字技术降低了协调和匹配成本，如正在蓬勃发展的跨境电子商务为很多中小企业创造了走出去的机会，从而强化全球价值链。报告中数据显示，2008 全球金融危机以来，全球价值链的参与度逐步恢复，其中高收入国家比在中等收入国家恢复得更快。在高收入国家，特别是东欧高收入国家，全球价值链的前向参与比后向参与增长得更快，意味着全球价值链生产活动的更快升级，以及跨国生产共享活动复苏带来的产品内专业化的深化。而一些亚洲发展中经济体在全球价值链的前向和后向参与度都有所下降，例如，印度、中国、印度尼西亚和菲律宾等国。不同收入水平的不同表现，可能正是源于数字技术带来的两种效应。

互联网效应向国际经济各领域迁移。贸易方式的数字化不仅提高了贸易各环节的效应，更使得世界经济、世界贸易发展环境与互联网发展环境日趋接近。**一是马太效应**，即强者愈强、弱者愈弱。不少行业都存在马太效应，但互联网行业尤其突出，搜索引擎、网络购物、即时通信、网络安全软件等垂直互联网行业排名第一的企业往往占据了 80% 以上的行业收入。这主要是因为互联网环境下，市场信息非常透明，领军企业的产品价格或质量即使只有很小的优势，也会使得消费者将其余选项排除在外。然而，随着贸易便利化水平的提升，国际经济环境和互联网环境越来越像，如果不考虑关税等贸易壁垒的影响，

某一国家的某一产业一旦率先崛起并取得一定绝对优势，别的国家同样的产业就很有可能要走向衰亡或是无法成长起来。与以往相比，落后的发展中国家培育和发展重点产业，特别是具有显著规模经济特征的产业，难度将大大增加。**二是长尾效应**，尾部个性化的零散需求为中小企业创造了发展空间。贸易方式的数字化将中小企业从繁琐的进出口环节中解放出来，专注于生产经营本身，可能为中小企业在全球价值链中发挥更积极作用提供一系列新的机会。此外，大量研究发现信息技术应用对中小企业贸易的促进作用要远大于大型企业。然而，中小企业融入全球价值链的方式与大型企业绝不相同，不能简单的依靠发展规模经济。他们需要采取一种综合办法，将对信息基础设施、人力资本投资与贸易政策结合起来，并与营商环境改善、金融和物流支持等措施结合起来，促进创新和研发，构筑核心竞争力。



数据来源：中国信息通信研究院

图 2-4 贸易方式数字化与市场结构调整

三、贸易对象的数字化

贸易对象的数字化是数字贸易的第二大特点。信息技术的发展，使得一些产品和服务开始以数字的形式存储、传输和交易，超越物理的束缚，可贸易程度大大提升。

（一）服务贸易迎来带来新发展机遇

服务业是现代产业体系的重要组成部分，对于经济增长、稳定就业方面发挥着巨大作用。目前，全球经济总量中服务业增加值占 GDP 比重超过 60%，主要发达经济体在经历工业化阶段以后普遍进入以服务业为主导的经济形态，美国、新加坡、荷兰、法国等发达国家服务业增加值占 GDP 比重甚至超过了 70%。服务业创造了超过三分之二的经济产出，吸引了超过三分之二的外国直接投资，为发展中国家提供了近三分之二的就业机会，为发达国家提供了五分之四的就业机会。服务业不仅通过直接消费产生效用，还以中间投入的形式参与生产制造过程，如研发设计、货物运输、仓储和邮政、信息服务、金融服务、商务服务等生产性服务业，对于农业、工业高质量发展具有重要意义，其促进了生产专业化，扩大了资本和知识密集型生产，提高了劳动与其他生产要素的生产率。

服务贸易在国际贸易中的占比偏低，与服务业在世界经济中地位不相匹配。据世界银行数据显示，服务贸易在全球跨境贸易中的占比约为五分之一，远低于服务业在全球经济中的占比。服务业贸易水平低下与其行业属性有较大关联。一是服务业的贸易成本较高，许多服

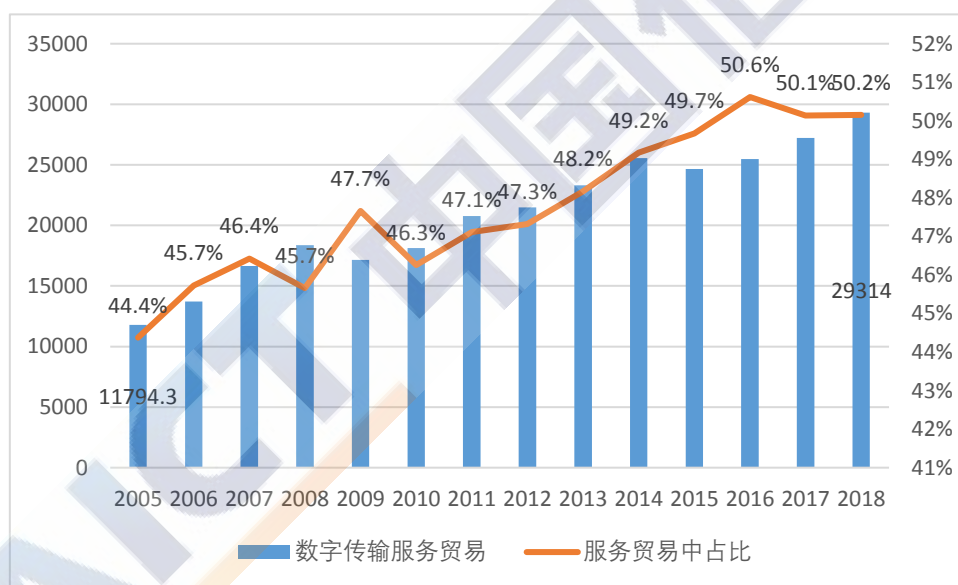
务要求生产和消费同时同地，一国服务业很难直接为外国消费者提供服务，也难以像农业、制造业一样简单通过货物运输的方式对外销售产品。联合国贸易和发展会议（UNCTAD）研究报告显示，在三大产业中，服务业的贸易成本是最高的，特别是零售业、建筑业等地理属性较为突出的产业。二是各国政策壁垒与监管差异，使外国公司进入国内市场相对更加困难。考虑到服务业对国民经济的潜在影响，大部分国家对关键领域的服务业开放持保留态度，对外国企业进行了一定的限制，以确保本国政治、经济和文化的安全。2016 年世界银行服务贸易限制指数显示，各国对法律、运输、电信、零售等服务业限制最大。

数字经济时代，云、网、端发展正改变服务业不可贸易、难贸易的局面。一是服务存储载体的演进，磁盘、光盘、移动硬盘等传统的数字化存储设备正在被虚拟的、线上的云存储所取代，推动存储成本的降低、存储方式的优化和存储服务的演进。二是服务传输渠道的改善，全球网络普及率、速率稳步提升，网络使用价格持续下降，形成一个高效的数字化航道，数字化的产品和服务从云端通过网络快速流入千家万户。三是服务输入、输出设备的升级，从台式计算机、笔记本电脑到现在的智能手机、车载智能终端，硬件和终端设备快速升级迭代，为更优质、更丰富的数字产品服务提供了可能。由于数字产品和服务本身具有零边际成本的特性，可贸易程度的提升将进一步促进相关产业与贸易的发展。

（二）全球数字服务贸易发展现状和趋势

1. 全球数字服务贸易发展现状

数字服务贸易快速增长为全球服务贸易注入新动能。数字服务是指可通过互联网进行远程交付的产品和服务，不仅包括 ICT 服务产业、数字媒体产业等几乎全部通过数字化手段进行交付的服务，还包括养老、金融、知识产权等可数字交付程度较高的服务。近年来，数字服务增长迅猛，2008-2018 年，全球数字交付贸易出口规模从 18379.9 亿美元增长到 29314.0 亿美元，增长接近 60%，年平均增长率约为 5.83%（同期服务贸易出口为 3.80%，货物贸易出口为 1.87%），在服务贸易出口中的占比从 45.66% 增长到 50.15%。



资料来源：UNCTAD

图 3-1 数字服务规模与占比

从国别结构来看，发达国家在数字服务贸易的影响力更甚其他贸易，2018 年发达经济体在数字服务贸易、服务贸易、货物贸易的国际市场占有率分别达到 76.1%、67.9% 和 52%。其中，2018 年美国和欧盟的数字服务出口规模分别达到 4667.2 亿美元和 14490.6 亿美元，在世界数字服务出口中的合计占比超过 65%。发展中国家中，中国和

印度，两个最大的发展中国家，数字服务出口规模分别为 1314.5 亿美元和 1326.0 亿美元，在世界中的占比仅分别达到 4.45%和 4.52%。

表 3-1 主要经济体数字服务贸易发展现状

分类	美	欧	日	澳	中	印	俄	巴
2018 出口规模 (亿美元)	4667.2	14490.6	1059.4	160.0	1314.5	1326.0	210.4	208.1
2018 市场 占有率 (%)	15.92	49.43	3.61	0.55	4.48	4.52	0.72	0.71

资料来源：UNCTAD

图 3-2 ICT 服务贸易出口

从服务构成上看，2018 年占比最高的 5 类数字服务贸易分别是工程研发、保险金融、知识产权、计算机、管理咨询，在筛选出的数字服务出口中的占比分别达到 25.84%、21.38%、16.85%、16.02%、13.61%，均超过 10%；电信、文化娱乐、信息服务出口相对较少，占比仅为 3.15%、1.87%、1.28%，均不足 5%。2014-2018 年增长最快的 5 类数字服务分别是信息、计算机、知识产权、管理咨询服务贸易，年平均增长速率分别达到 10.99%、8.69%、5.48%、4.19%；文化娱乐、保险金融、工程研发服务出口增长相对较慢，电信服务甚至出现了负增长，4 个服务分类出口的年平均增长速率分别为 2.11%、1.48%、1.47%和-1.83%。

表 3-2 世界数字服务贸易细分子类发展情况

分类	电信	计算机	信息	保险金融	知识产权	管理咨询	工程研发	文化娱乐
2018 规模 (亿美元)	934.1	4748.3	378.1	6338.3	4995	4035.2	7658.6	554.6
2018 占比 (%)	3.15	16.02	1.28	21.38	16.85	13.61	25.84	1.87
2014-2018 占比变化 (%)	-0.74	2.85	0.32	-1.76	0.35	1.22	-2.13	-0.11

2014-2018 平均增速（%）	-1.83	8.69	10.99	1.48	5.48	4.19	1.47	2.11
----------------------	-------	------	-------	------	------	------	------	------

2. 全球数字服务贸易发展趋势

数据要素成为新的贸易产品。数据成为新的关键生产要素。20 世纪 90 年代以来，数字化技术飞速发展，人类 95% 以上的信息都以数字格式存储、传输和使用，同时数据计算处理能力也提升了上万倍。由网络所承载的数据、由数据所萃取的信息、由信息所升华的知识，正在成为企业经营决策的新驱动、商品服务贸易的新内容、社会全面治理的新手段，带来了新的价值增值。相比其他生产要素，数据资源具有的可复制、可共享、无限增长和供给的禀赋，打破了传统要素有限供给对增长的制约，为持续增长和永续发展提供了基础与可能。全球大数据产业稳步发展。有机构研究显示，2018 年大数据市场总体价值约 420 亿美元，其中大数据软件市场价值约 140 亿美元。美国、英国、荷兰、瑞典、韩国、中国等多个国家提出大数据相关战略，通过加大技术研发投资、强化基础数据库、推动数据开放共享等途径促进大数据产业发展。全球数据流通规则博弈加剧。2018 年 3 月，美国通过《澄清域外合法使用数据法》，默认美国政府能够直接从全球各地调取所需数据，达到美国法律覆盖在全球运营的美国企业的效果。2018 年 5 月，欧洲联盟出台《通用数据保护条例》，对企业数据使用方式进行了限定，任何收集、传输、保留或处理涉及到欧盟所有成员国内的个人信息的机构组织均受该条例的约束。

越来越多的服务变得可以贸易。WTO 报告预测，2040 年服务贸易在世界贸易中的比重将上升至三分之一，相比现在增长约 50%。

在过去，生产、物流、金融技术的变革降低了跨境有形货物贸易的成本，催生了全球化的制造业。21 世纪，信息通信技术发展应用不断深化，迅速降低了跨境服务贸易的成本，一个高效率的全球服务市场即将到来。虽然出租车、酒店或发廊等服务仍将继续在当地提供和需要实体存在；但是零售、软件开发和商业流程外包正在“去本地化”和“全球化”，线上远程交付使许多曾经不可交易的服务部门（因为它们必须在固定地点面对面交付）变得高度可交易。例如，在医疗领域，以往大多数医疗服务都是由当地医生和医院提供给当地病人，可及性有限，竞争性不足，医疗质量受国家、地区甚至社区的影响较大；现在世界上任何一个有互联网连接的人都可以访问医疗信息，越来越多的医疗程序，如诊断、分析，甚至某些类型的手术都是远程执行的。事实上，服务业全球化的发展速度可能比预期的还要快，因为新技术不仅使现有服务业能够越来越多地进行跨国贸易，而且有助于推动尚未想象到的新服务业的发展和增长以及提供服务的新方式。

跨国数字化治理矛盾凸显。随着数字贸易发展，数字服务跨越国境，数字服务的提供者和消费者可能分别处于不同国境内，数字治理问题变得更为复杂。一是不同国家数字治理法律法规不同。在传统货物贸易，当一个国家向另一个国家出口时，海关等外贸监管部门负责对商品合规性进行检查，确保出口国的商品符合进口国的法律法规。在数字化的产品和服务贸易，许多数字服务提供商身处其他国家，且在进口国缺乏实体存在，难以对企业进行直接监管；其次，贸易过程由线下转移到线上，对商品的检查难度加大。二是不同国家数字治理

价值标准不同。在一些数字服务领域，虽然没有直接触犯法律法规，但是因为不同国家价值标准和判断尺度的不同也可能导致争议。例如，在一些社交媒体平台，平台企业依仗自身全球影响力，通过删帖、删账号等方式，公然干预他国内政。三是不同国家数字经济发展水平不同。数字经济发展较快的国家希望通过数字贸易推动本国数字产业发展，主张市场开放、降低壁垒和减少监管；数字经济发展较慢的国家希望数字贸易为本国经济发展服务，而不要过多冲击传统产业，主张适当的贸易保护、完善治理。

（三）贸易对象数字化对国际贸易格局的影响

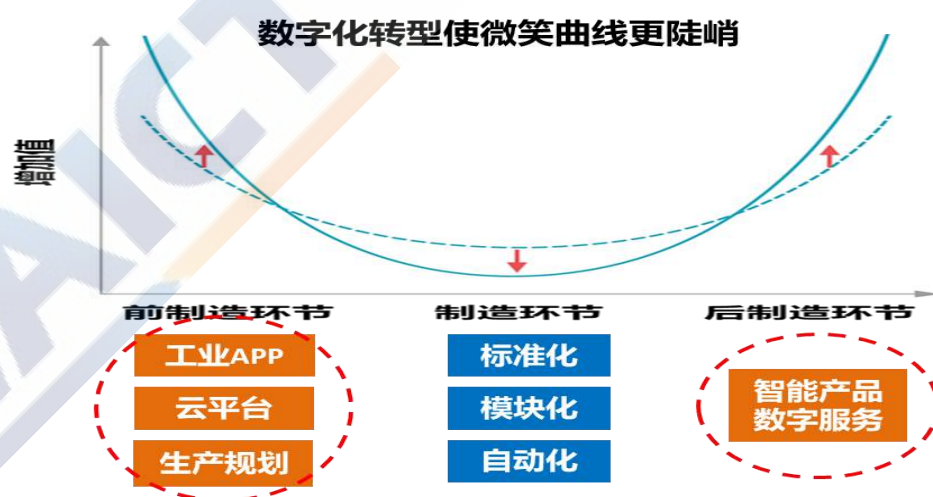
跨境数字贸易对一些国家的传统产业造成挑战。近年来，数字经济的发展对一些传统产业构成巨大冲击。在批发零售领域，受电子商务冲击，2015-2018 年间，中国亿元以上商品交易市场数减少 13.25%，摊位数减少 8.37%，营业面积减少 2.91%，零售企业出现关店和退出现象。在图书报刊领域，传统纸制书报正在消亡，街边的报刊亭大幅减少，相比 2015 年，2018 年的中国新出版图书数（种）、报刊数（种）分别降低 5.11、1.84 个百分点，报刊总印数更是下降了 21.59%。当数字化的产品和服务跨越国境，可能意味着一国传统产业衰败，以及新崛起的产业并非出自本国，新旧业态间的交替变得更为复杂。2019 年，G20 发布“大阪数字经济宣言”，标志着主要国家对于建立允许数据跨境自由流动的“数据流通圈”达成初步共识。但需要注意的是，中国虽然签字但仍持有保留态度，而印度、印尼、南非则直接拒绝签字。印度方面认为，数据是一种新形式的财富，数据跨国间的分隔与

流通“严重阻碍发展中国家从数据贸易中获利”，需加强数据本地储存。最典型的就是印度有海量的中小批发零售商，来自境外或者境外机构控股的电子商务平台严重冲击了当地就业，并剥夺了一部分原本留存在境内的收益。

跨境数字产品和服务成为全球价值链重要构成。全球范围内数字化转型是大势所趋，数字化的技术、产品和服务对数字化转型意义重大。美国国际贸易委员会的一份研究报告，从在线销售（电子商务）的比例、与信息技术（IT）相关的总投入采购的比例、从事数字职业的员工的比例、针对云服务的总 IT 支出的比例四个维度，分析了各行业的数字化强度，即某一特定行业企业在其业务中采用互联网技术的程度。从线上销售占比看，制造业货运、批发行业、旅行和住宿服务、信息服务和网络搜索服务的电子商务占公司总收入比重最大，均超过 20%。从 ICT 产品和服务投入看，电信广播业、政府采购、其他运输设备制造业、证券服务、专业服务等部门数字化投入比例最高，在中间投入中的占比超过 10%。从信息通信雇员占比看，信息产业、专业科学和技术服务业、企业管理部门信息化雇员最多，分别达到 19.0%、18.0%和 12.1%。可以看出，数字技术、产品和服务在生产经营活动中应用的不断深化，正成为价值链中新的关键环节。由于高水平数字技术、产品和服务的供给者大多来自发达国家，发展中国家在借助发达国家力量进行传统产业数字化转型、推动效率提升的同时，需要更加注意分工关系的转变和潜在的价值链安全问题。

数字产品和服务改变全球价值链收入分配规律。数字技术透过数

字贸易对全球分工产生影响，而分工变化又会进一步影响全球价值创造和收益分配。一是**“中游”价值创造能力降低**。服务的增长可能会加速流程自动化、模块化，意味着价值链中部的公司越来越多地生产相对标准化的组件，各行业一线生产和制造过程的附加值下降。例如，旅游供应商正日益规范其商品和服务，以满足在线旅行社的要求；农业生产也越来越标准化，以便更好的管理、监测和跟踪。二是**“上游”、“下游”价值创造水平提升**。数字化服务的扩展将主要发生在生产前阶段（如更广泛的设计软件和数据驱动服务）和生产后阶段（如嵌入软件的服务和增强的售后服务）。在这一过程中，数字化的服务变得更分散，更可交易，从而支持复杂的产品和服务生产。为了顺应这一趋势，许多中间环节的制造企业开始向价值链两端延伸，以生产环节所储备的知识和信息为基础，开发前后端的数字化技术和服务，在推动企业自身数字化转型的同时，也向外输出数字服务。



数据来源：中国信息通信研究院

图 3-3 数字经济与价值链分配

四、推动我国数字贸易发展建议

（一）推动电子商务持续快速发展

一是建立多主体联动的电子商务生态。通过政府支持、平台牵头、企业参与，形成合力，推动跨境电子商务发展。发挥大型龙头电商平台企业主导作用，在已有跨境电商业务基础上，进一步向更大范围开放平台、整合资源，鼓励和支持我国外贸企业积极融入本国平台搭建的生态体系，争取率先形成规模经济，抢占平台企业和外贸制造企业双方面先发优势。支持国内有实力的电商企业通过投资或并购积极走出去，提前布局，开展海外营销、属地化服务。探索面向当地市场的电商平台，更好贴近当地市场需求。鼓励进口跨境电子商务的采购行为由小批量多批次的采购逐步转向大规模、集中采购，向规模化、集约化转变。优先发展大宗农产品网上交易和跨境电子商务旅游等优势领域。

二是推动跨境电子商务线下拓展。依托跨境电子商务综合试验区建设，支持各类出口加工区、综合保税区、空港经济示范区等大力发展跨境电子商务保税进口、B2B 出口业务，布局覆盖无人便利店、全球精选店、智能无人柜等多形式的跨境电子商务线下经营实体，实现消费者即买即用的购物体验。

三是完善跨境电子支付体系。推动建立覆盖全球的网络支付结算服务体系，尽快实现不同币种间的便捷、安全、低成本的交易结算。支持获得跨境电子商务外汇支付业务试点的企业在更广范围开展跨境电子商务第三方支付业务。通过税收减免和补贴等支持政策，鼓励

中国支付企业开拓海外市场。利用 WTO 等国际组织的标准和协商体系，帮助支付企业克服国际化阻力。

四是提升物流通关服务能力。提升跨境电子商务通关便利化水平，实行出口“简化申报、清单核放、汇总统计”和进口“税款担保、集中纳税、代扣代缴”通关模式，依托线上综合服务平台，实现“一次申报、一次查验、一次放行”。加大海外仓等基础设施建设，通过批量发货，降低跨境运输成本，缩短当地配送时间，提升客户响应速度。鼓励有条件的大型物流企业与跨境电商企业合作，加快发展航空货运，培育壮大跨境物流体系。国内企业与当地物流企业建立长期合作关系，共同推动货物的跨境流转。

（二）拓展数字贸易广阔发展空间

一是促进信息通信网络互联互通。加强信息通信合作顶层设计，进一步加强双边、多边在信息通信领域的合作共商与议题会晤，推动各国信息通信发展战略与规划、政策紧密衔接，加强与国际组织间合作。聚合各方力量，通过共同投资、联合建设等形式开展合作，推进跨境陆缆、海底光缆建设，解决跨境多边协调难题，合作发展空天一体信息通道，推进信息基础设施广泛覆盖。

二是共建共享数字化发展成果。要坚持创新驱动发展，加强在数字经济、人工智能、纳米技术、量子计算机等前沿领域合作，推动大数据、云计算、智慧城市建设，推动在线教育、远程医疗、数字媒体等信息化服务覆盖与应用。加快推进数字经济引领的新经济形态产业开发合作，如智能经济、共享经济、平台经济、信用经济、绿色经济、

蓝色经济等，构建共建共享的产业链、价值链、创新链、技术链、资金链等，引领全球创新发展方向。

三是推动传统外贸企业数字化转型。把握数字贸易发展机遇，实现传统外贸数字化转型。推动传统外贸企业战略转变，将核心业务转移至跨境电子商务。推动传统外贸企业市场方向转变，外贸企业应当果断调整市场方向，努力开拓新的市场，以“一带一路”建设为契机，积极拓展以非洲、东盟为代表的新兴市场国家。支持企业拓展海外业务布局，增设海外机构和业务网点，鼓励企业在科技资源密集的国家 and 地区设立海外研发中心，加快融入国际创新体系。

四是加快我国数字服务贸易发展。我国应从战略高度上认识到数字服务贸易的重要性，完善数字服务贸易法律法规和发展环境。构建数字服务产业体系，以具有远程网络交付潜力的服务为重点，加强商业模式、生产模式、服务模式等创新，构建开放生产组织体系，形成网络化、集群化协同分工格局。完善数字服务产业发展环境，打造便利、高效的线上服务传输渠道，完善相关领域法律法规和制度安排，及通过更完善的知识产权保护制度保障创新主体的合法权益。鼓励数字服务企业“走出去”，积极参与全球服务贸易分工，形成专业化、规模化优势，提升我国企业在国际市场上的竞争力和影响力。

（三）完善数据要素交易流通制度

一是健全数据开放法律法规。在顶层制度层面，加快制定出台关于促进数据市场化的指导意见，注重数据价值的挖掘和利用，实现数据安全与价值的平衡统一。尽快出台《个人信息保护法》、《数据安全

法》以及《关键信息基础设施管理条例》等相关法律法规，明确数据市场化须遵守的法律秩序。明确数据市场化的监管底线，即数据监管的通用规则，各行业监管机构制定相应的实施细则。

二是明确数据权属。产权清晰界定是数据开放和市场化的基础，是国家和企业获得数据开放收益的依据，是保障数据开放安全的前提。扫清数据市场化应用和数据产业发展的关键障碍。我国政府数据权属关系需要在数据主权和数据权利两方面分别构建不同的框架，数据主权需要考虑数据管理权和数据控制权，数据权利需要考虑数据人格权和财产权。要明确国家对数据的主权和管辖范围，在不损害国家利益的前提下，合理、有序、有度地开放相关数据资源。

三是建立数据收益补偿机制。数据是数字经济时代的关键生产要素，通过挖掘、处理和分析数据，能极大改善原有数字服务和创造出新的数字服务。当前，全球数据要素市场尚不健全，一些国家对外输出大量数据的同时却无法从中获得回报，数据创造出的价值几乎全部被数字服务提供商及其所在国所取得。全球性的数据收益补偿机制亟待建立，确保数据像其他贸易品一样能从流通中获益，保障数据输出国的应有权益，调动各国数据开放和流通积极性。

四是强化数据保护与管理。建立健全大数据安全保障体系，完善个人信息保护、数据跨境流动、数据安全防护等制度，维护网络空间安全以及网络数据的完整性、安全性、可靠性。加强技术保障能力建设，推进防泄露、防窃取、匿名化等大数据保护技术研发和应用，促进网络信息安全威胁数据采集与共享，建立统一高效、协同联动的网

络安全管理体系。

（四）参与数字贸易国际规则制定

一是积极维护多边贸易体制。积极维护 WTO 贸易争端解决机制，推动中国自贸区建设，以自贸区为抓手，加强区域之间的贸易协作，探索国际贸易新规则，推动我国数字贸易规则的建立。积极主动地参与双边区域数字贸易规则的谈判，坚持开放进程和发展导向，尊重发展中成员的合理诉求，在技术进步、商业发展与各国合理的公共政策目标之间实现平衡，通过平等协商达成各方都能接受的成果。

二是深度参与国际标准制定。在移动通信、下一代互联网、物联网、云计算、大数据、网络安全等关键技术和重要领域，发挥骨干企业和网络社会组织积极性，深度参与数字贸易国际标准规则制定，加强国际数据治理政策储备和治理规则研究，推动构建平等互尊、协同共治、创新发展的数字贸易国际合作新秩序，扩大我国国际数字话语权和规则制定权。

三是构建合作共赢规则体系。中国应主动在双多边对话和区域贸易谈判中加入数字贸易议题的讨论，在摩擦中寻求合作，在合作中争取利益。深化国际合作，在充分研究和确保安全的前提下，进一步扩大相关服务市场开放，引进更多优质的数字服务，加快本国产业数字化转型。保障本国利益和政策空间，研究分析各国数字贸易发展现状与规则主张，加强与处于相同发展阶段、有着相似诉求国家的对话，推动数字贸易规则体系向更包容、普惠、平衡、共赢方向发展。

四是强化数据保护与管理。建立健全大数据安全保障体系，完善

个人信息保护、数据跨境流动、数据安全防护等制度，维护网络空间安全以及网络数据的完整性、安全性、可靠性。加强技术保障能力建设，推进防泄露、防窃取、匿名化等大数据保护技术研发和应用，促进网络信息安全威胁数据采集与共享，建立统一高效、协同联动的网络安全管理体系。

（五）营造数字贸易良好发展环境

一是优化数字贸易监管服务体系。打造协同治理体系，政府部门应建立高效的部际联席会议制度，开展联合执法，形成监管合力，社会各界通过建立互联网行业多方治理机构，就热点、重点与难点问题进行研讨磋商，推动建立政府依法管理、社会多方参与的协同治理体系。创新政府监管手段，积极运用大数据、人工智能等新技术提高治理能力，加强事中事后监管，完善多层次信用体系，对各主体行为进行高效约束，加快培育信用服务市场，积极发展第三方信用服务，建立各平台间的守信激励与失信联合惩戒的机制，提高个体失信成本，共同促进业态的健康发展。在开放环境下探索新监管体系，要扩大开放，遵循《外商投资企业法》，进一步降低数字贸易壁垒，扩大增值电信业务、电子商务等领域外商投资准入，要完善监管，制定存储本地数据负面清单，制定跨境流动数据负面清单，强化平台垄断监管治理，强化数据要素市场监管治理，要保障安全，加强数字服务供应链安全、关键数据安全、市场体系安全等方面的研究，同时根据技术发展特点，迅速调整法律法规。

二是充分发挥金融服务支撑作用。推动各类金融机构、多边开发

机构等投资信息通信技术基础设施和应用，引导商业股权投资基金以及社会基金向数字经济领域投资，鼓励公私伙伴关系（PPP）等参与形式。设立跨境电商产业贷款担保基金，采取“政府+银行+跨境电商平台+企业”模式，建立跨境电商融资服务风险补偿分担机制。推动降低中国资金的成本，鼓励银行、信保等机构与企业建立战略合作伙伴关系。

三是完善应对国外壁垒的支撑体系。在当前日益复杂的国际环境下，可借助 WTO、FTA、BITS 等谈判机制，推动解决网信企业在海外拓展中遇到的困难和问题，如歧视性监管及不公平待遇等。行业主管部门协调建立针对数字贸易的法律援助体系，加强对基本规则的研究跟踪，定期发布报告，为企业“走出去”提供基本情况支持。扶持成立一批高水平的法律、公关及相关服务机构，使企业遇到问题时能够及时获得专业援助。

四是完善国际综合服务支撑体系。建立政府服务信息平台，加强对各国数字贸易相关法律、法规和政策的研究，为企业提供可靠、权威的国内外市场需求、投资环境、宗教文化和法律法规等信息。建立数字贸易企业走出去服务联盟，引导联盟成员在融资融智、技术创新等方面协同合作，拓展国际信息化交流合作渠道。建立企业走出去数据库，动态收集、滚动更新“一带一路”沿线国家和地区信息化发展水平、政治环境、经济开放程度、双边关系、当地税制等信息，服务企业走出去。大力发展国际信息服务和中介机构，建立资源共享平台，加强与其它国家相关机构、驻外使领馆的沟通协作，为数字贸易企业

提供更多信息和指导，规避风险。

五是加强国际交流与合作。通过政府间合作，加强数字贸易领域国际间的交流与合作，增进其他国家对我国企业和技术的了解，为我国民营企业实现国际化发展创造更多的机会。充分利用各种区域组织、国际组织和多双边交流机制，如“一带一路”、上海合作组织、澜沧江湄公河合作机制、国际电信联盟、中美互联网论坛、中英互联网圆桌会议、中国—东盟信息港论坛等，为我国企业宣传推广其优势技术、产品和服务创造机会，减少观念误区。共建产业园区、自由贸易区等，切实推进园区内各国电子商务、数字内容等相关产业的投资自由化、贸易自由化和便利化，同时，结合数字贸易企业全球化重点需求并综合考虑国际科技合作总体布局，建设一批高水平的海外科学研究基地。

六是加强数字化人才队伍建设。构建以基础教育为先导，以高等教育、职业教育为主体，继续教育为补充的多层次数字化人才培养体系。聚焦数字化前沿方向和关键领域，依托国家“千人计划”等项目，培育数字化领军人才。支持高校根据需求调整专业课程，围绕物联网、智能制造、“互联网+”等新领域，重点培养电子商务、数字媒体等方面的融合型专业人才。鼓励企业与职业院校合作，开展电子商务、O2O 全渠道营销等数字化技能人才“订单式”培养。加强在职员工数字技能培训，完善企业职工全员培训制度，鼓励企业加强一线员工信息技能培训和职业规划教育。

中国信息通信研究院

地址：北京市海淀区花园北路 52 号

邮政编码：100191

联系电话：010-62302996

传真：010-62304980

网址：www.caict.ac.cn

